



Marchés publics, mode d'emploi



Faciliter l'accès
des PME à la
commande publique



CCI NORMANDIE



Préambule

Le droit de la commande publique est depuis son origine un droit évolutif. Son histoire récente en atteste : pas moins de 3 réformes auront bouleversé le code des marchés publics depuis 2001, sans compter le nombre de décrets, arrêtés, jurisprudences, etc. On comprendra aisément que ces évolutions peuvent parfois freiner les entreprises... D'autant que le formalisme exigé peut parfois être perçu comme complexe par les entreprises. Toutefois, **la commande publique** ne se résume pas au simple fait juridique, elle **constitue aujourd'hui un réel levier économique** et une opportunité pour les PME de développer leur activité.

La commande publique en 2012 en quelques chiffres (*):

Elle pèse environ 78,8 milliards d'euros HT en France, pour 103.185 contrats engagés par les donneurs d'ordre publics. Notons cependant une baisse globale de 6,8 milliards € et de 9 000 contrats par rapport à 2011.

La clé de répartition des contrats publics (hors avenants pour un total d'environ 3,3 milliards d'euros HT) représente notamment :

- pour l'État : environ 28,7 milliards € HT pour 27 700 contrats ;
- pour les Collectivités Territoriales : environ 24,6 milliards € HT pour 59 800 contrats ;
- pour les opérateurs de réseaux : 20,95 milliards € HT pour 12 200 contrats.

Un focus sur les marchés de moins de 90 000 € HT met en exergue environ 33.000 contrats pour un montant cumulé de 1,2 milliards € HT. Par ailleurs, la tendance sur les marchés de plus de

90 000 € HT montre une sensible évolution sur :

- la sous-traitance : de 1,3% en 2009 à 2,2% en 2012 ;
- la réponse en cotraitance : de 4,2% en 2009 à 5,4% en 2012.

Au sein de ce recensement, le poids des PME dans la commande publique est d'environ 19,8 milliards € HT en 2012, pour 55 700 contrats. Ce qui représente 26,22% en montant et 53,97% en nombre de contrats.

La commande publique en 2012



Des opportunités dans une conjoncture difficile

Ces perspectives, sous le prisme de la conjoncture actuelle, rappellent ainsi que la commande publique peut représenter une opportunité considérable de développement des activités des PME.

Ce support, destiné à faciliter l'accès des PME à la commande publique, présente les étapes clés de la réponse à un marché public, vue essentiellement du côté

de l'entreprise candidate, tout en vulgarisant les règles du jeu des marchés publics.

Je tiens tout particulièrement à remercier les élus des Commissions Consultatives des Marchés des CCI de Région Basse et Haute Normandie, ainsi que du groupement interconsulaire de la CCI de Normandie, pour leur implication dans cette démarche.

Nous espérons que ce guide recueillera votre intérêt et vous en souhaitons une bonne lecture.

Jean-Claude Camus,

Président de la CCI Territoriale de Cherbourg-Cotentin, élu référent du Pôle juridique achats et marchés publics de CCI Normandie

(*) Source : Rapport relatif au recensement de l'achat public et en particulier au poids des PME dans l'achat public, sur l'exercice 2012, publié par l'Observatoire Economique de l'Achat Public de la Direction des Affaires Juridiques du Ministère de l'Economie et des Finances, en novembre 2013.

Sommaire

Partie 1

Les Marchés Publics en 10 questions

page 5

Qu'est-ce qu'un marché public ?

1 > Quelle est la définition d'un marché public ?	6
2 > Pourquoi passer un marché public ?	7
3 > Qui sont les donneurs d'ordre publics ?	7
4 > Quelles entreprises peuvent répondre aux marchés publics ?	8
5 > Quels types d'achats sont concernés par les marchés publics ?	9
6 > Comment y répondre ?	9

Comment ça marche ?

7 > Quels sont les grandes familles de marchés publics ?	10
8 > Quelles sont les procédures de passation d'un marché public ?	11
9 > Quelles sont les vecteurs de publicité ?	13
10 > Qu'est-ce qu'un Dossier de Consultation des Entreprises ?	16

Du côté de l'entreprise

L'opportunité

Étape 1 > Trouver les publicités	18
Étape 2 > Retirer le dossier de consultation	20
Étape 3 > Analyser le Dossier de Consultation et la publicité	21

La réponse

Étape 4 > Construire la réponse	24
• Constituer la candidature	24
• Élaborer l'offre	27
Étape 5 > Remettre l'offre	30

Du côté de l'acheteur public

Le choix

Étape 6 > Réception des offres et ouverture des plis	31
Étape 7 > Analyse des offres	31
Étape 8 > Choix de l'offre économiquement la plus avantageuse	33

Du côté de l'entreprise et de l'acheteur public

L'attribution

Étape 9 > Clôture de la procédure de passation	34
• Offre non retenue et droit à l'information	34
• Offre retenue et production de certificats et notification	36
• Aucune offre n'est retenue	37
• Notification	37
• Voies de recours	37
Étape 10 > Avis d'attribution	38

**Les CCI de Normandie sont présentes
sur l'ensemble du territoire pour
vous accompagner dans cette démarche.**

N'hésitez pas à les contacter.

**Contact Pôle Juridique
Achats Marchés Publics :
commande.publique@normandie.cci.fr**



CCI NORMANDIE

www.normandie.cci.fr